

# 経営計画について

経営企画局

2022/9/13

**NHK**

- ・ 修正経営計画の重点事項・さらなる構造改革に向けて

## (検討の前提)

- ・ 経営計画の修正に向けた基本的な考え方
- ・ “三位一体改革”への回答・現経営計画で実現した改革
- ・ 修正経営計画で踏まえるべき、加速する外部環境変化

# 修正経営計画の重点事項

・

さらなる構造改革に向けて

・この2年間の環境変化は“加速”と捉えられ、現計画と方向性は同一ではないか

## 現計画で想定した環境変化

人口・世帯数の減少

メディア環境、  
視聴者行動の変化

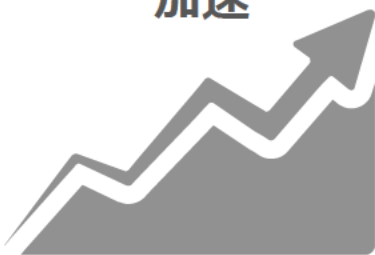
不確かで曖昧な  
情報の拡散

新型コロナ等による  
社会・経済状況の変化

## 現時点での外部環境

新型コロナウィルス感染症長期化  
ウクライナ情勢  
異常気象頻発

いずれの要素も  
“加速”



## 新たに発生/深刻化した課題

- 過疎地域において、「放送ネットワークインフラ維持」の危機が一大テーマ化
- 海外事業者伸長、コンテンツ競争の激化により、日本のコンテンツが選択されないリスク
- 教育コンテンツへのニーズ拡大
- フェイクニュースの影響力/危険性が増し、経済安全保障観点でも対策必須
- 社会・経済の不安定化が加速し、危機管理/持続可能性担保のための対策重要性向上

2021、2022年の環境変化の方向性は  
現計画の方向性と同一

⇒スリムで強靱な「新しいNHK」への変革をめざす大方針は堅持すべきではないか

## 2年間の環境変化を踏まえた、課題・要望への対応

人口・世帯減少が加速化し、社会インフラの維持が大きなテーマに

- ・ 地域を含め、民放と協力して二元体制の持続可能性を高め、放送の価値を届けることにより貢献すべきではないか

海外のネット動画配信サービスの拡大、コンテンツ競争の激化

- ・ インパクトあるコンテンツへのいっそうの経営資源の集中、ネット時代への対応を、業界を挙げて行うことに貢献すべきではないか

コロナ禍、ウクライナ情勢等を受けた、“信頼できる情報”へのニーズ

- ・ フェイクニュースがあふれる時代に対応し、安全・安心な暮らしを支える基本情報の取材・制作機能をよりいっそう強化すべきではないか

不透明な情勢のなか、SDGsの浸透も踏まえつつ、構造改革・資本増強等の対応

- ・ レジリエンスの確保のための資本の増強、とくに地域を意識して、SDGs時代に対応した投資を行うべきではないか

## これまでの改革の進化・深化

- ・ 現経営計画の進捗レビューを踏まえ、方針に照らして改善を行う

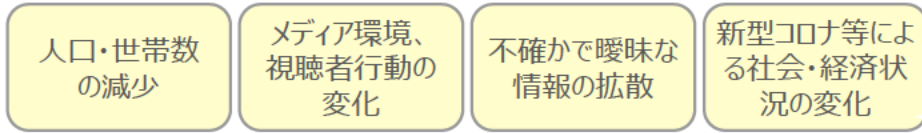
# 修正経営計画の方向性（案）

## NHK経営計画 2021-2023年度

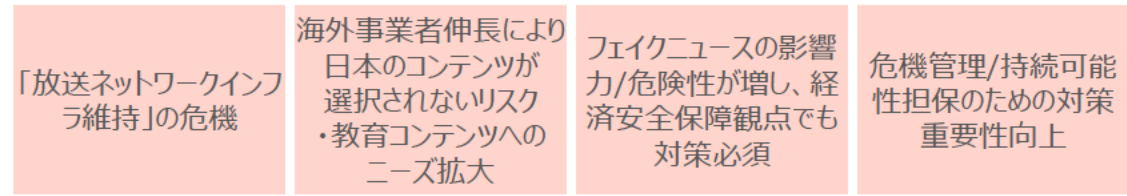
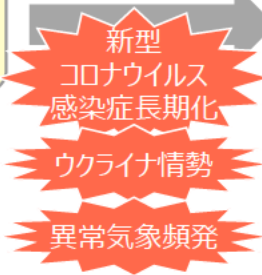
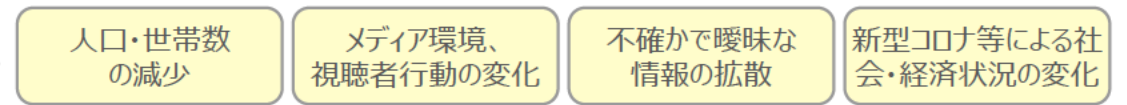
## 修正経営計画（案）

「NHKらしさ」の基本と考える公共的価値（不変）

環境変化



環境変化が加速



スリムで強靱な「新しいNHK」へ

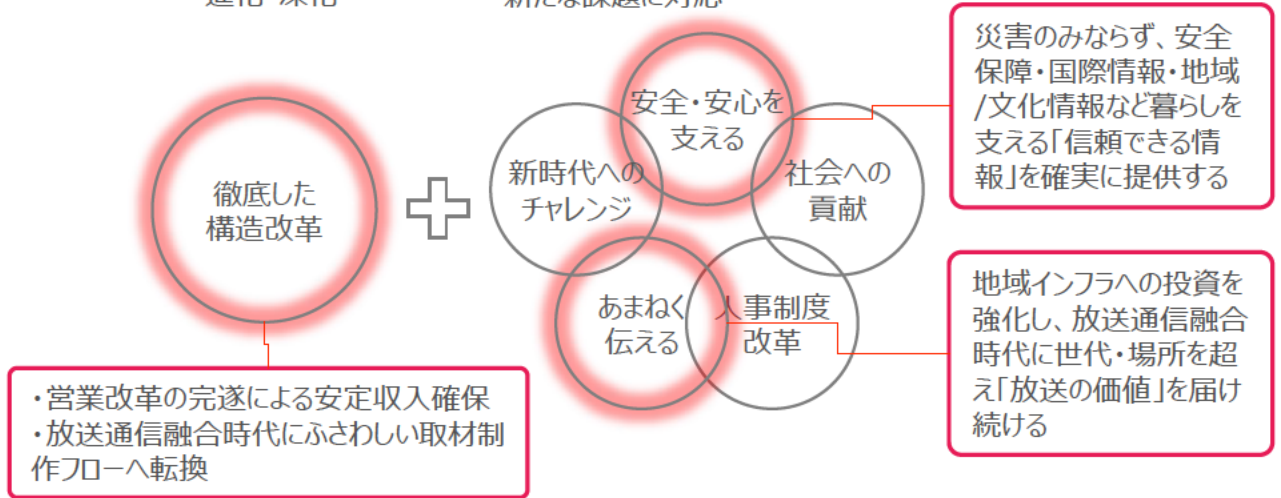
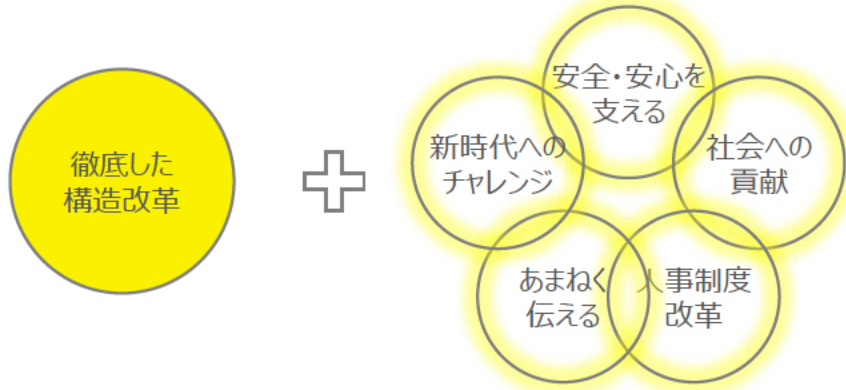
スリムで強靱な「新しいNHK」へ

NHKは、受信料で成り立つ公共メディアとして、時代の変化に向き合い、視聴者・国民のみなさまの信頼にこたえとともに、合理的なコストでの運営に努める。  
経営資源をNHKならではの多様で質の高いコンテンツの取材・制作に集中させ、公平公正で豊かな放送・サービスをいつでもどこでも最適な媒体を通してお届けし続ける

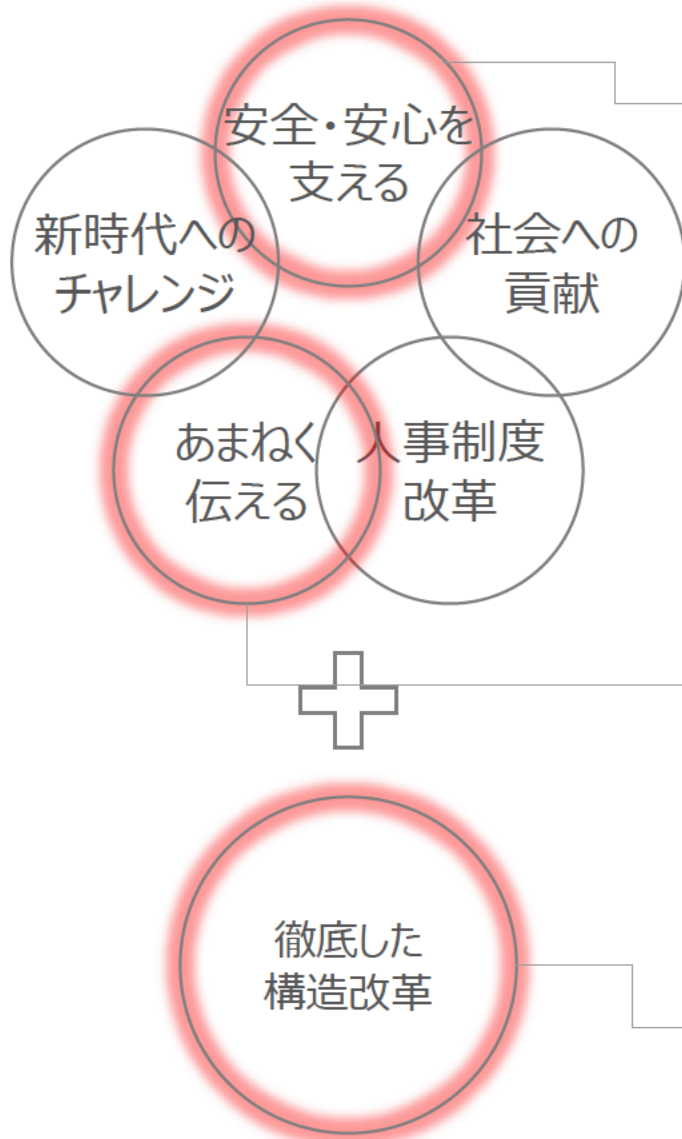
これまでの方針の進化・深化

2項目について新たな課題に対応

5つの重点項目



5つの重点項目



災害のみならず、安全保障・国際情報・地域/文化の情報なども含めて「信頼できる情報」を確実に提供して安全・安心を支える必要が増しているのではないか

【新たに発生/深刻化した課題】

フェイクニュースの影響力/危険性が増し、経済安全保障観点でも対策必須

海外事業者伸長、コンテンツ競争の激化により、日本のコンテンツが選択されないリスク及び教育コンテンツのニーズ拡大

安全・安心な暮らしを支える基本情報の取材・制作機能をよりいっそう強化すべきではないか

信頼されかつ魅力あるコンテンツへのいっそうの経営資源の集中、ネット時代への対応を、業界を挙げてを行うことに貢献すべきではないか

放送通信融合時代であっても、世代・場所を超え「放送の価値」をあまねく持続的に届け続けることに対して、公共放送への期待・役割が増しているのではないか

【新たに発生/深刻化した課題】

過疎地域において、「放送ネットワークインフラ維持」の危機が一大テーマ化

社会・経済の不安定化が加速し、危機管理/持続可能性担保のための対策重要性向上

地域を含め、民放と協力して二元体制の持続可能性を高め、放送の価値を届けることにより貢献すべきではないか

いかなる時も情報を伝え続ける機能を失わないように、レジリエンスの確保のための対策強化やとくに地域を意識してSDGs時代に対応した投資を行うべきではないか

上記のような新たな施策の実行も見据え、これまでの改革を進化/深化させる必要がある

## スリムで強靱な「新しいNHK」への変革をめざす方針は堅持する

### 新しい“安全・安心”の追求

～災害のみならず、安全保障・国際情報・地域/文化情報など暮らしを支える「信頼できる情報」を確実に提供する

- ◆ 感染症の拡大、国際環境の変化を踏まえ、経済安全保障を見据えて信頼できる情報を確保し、情報空間維持に貢献する
  - フェイクニュースの影響力/危険性が高い時代に対応し、安全・安心な暮らしを支える基本情報の取材・制作機能を強化する
- ◆ 信頼されかつ魅力あるコンテンツを強化するとともに、コンテンツ産業の底上げ・オールIP時代対応に貢献する
  - 信頼されかつ魅力あるコンテンツへのいっそうの経営資源の集中を行い、日本のコンテンツ発信力を高めるとともに、ネット時代への対応を、業界を挙げてを行うことに貢献する（“インパクト”の創出）
  - 特に多様化する学習行動も見据え、信頼できる教育コンテンツにも経営資源の集中を行う

### 新しい“あまねく”の追求

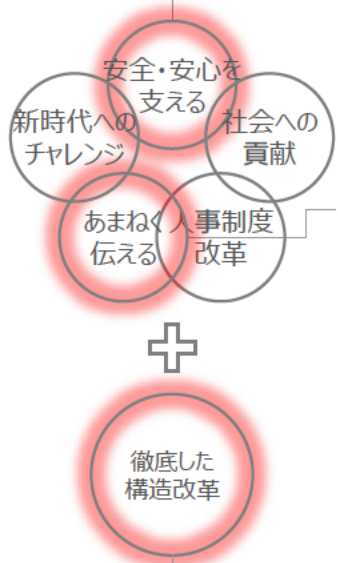
～地域インフラへの投資を強化し、放送通信融合時代に世代・場所を超え「放送の価値」を届け続ける

- ◆ 地域を含めて二元体制の持続可能性を高め、放送の価値を届け続ける
  - 民放等との協力強化により、効率的で強靱な放送ネットワークを維持する
- ◆ レジリエンス確立、リスクマネジメント強化、持続可能性に配慮した投資を行うと同時に、いっそうの生産性の向上により、いかなる状況下でも情報を届け続ける
  - 適正なリスク算定を行い不測の事態に備えると同時に、地域を重点に加速するSDGs時代を踏まえた投資を強化する
  - 経営資源をコンテンツの取材・制作へ集中する中で、更なる生産性の向上を目指した制作工程改革をさらに加速させる

### これまでの方針の進化・深化

～営業改革の完遂により安定収入を確保し、放送通信融合時代にふさわしい取材制作フローへ転換する

- 訪問によらない営業活動を進化させ、安定収入を確保する
- ジャンル管理によるコンテンツ取材・制作への資源シフトと並行して、放送通信融合時代にふさわしい業務フローへ転換する





# 検討の前提について

# 経営計画の修正に向けた基本的な考え方

## ・スリムで強靱な「新しいNHK」への変革をめざす現経営計画は順調な進捗

経営資源をNHKならではの多様で質の高いコンテンツの取材・制作に集中

⇒全体を圧縮しつつ、シフトを実現

2020年度⇒2023年度で550億円削減・計画通り実施見通し、コンテンツ経費の比率は増加

「巡回訪問営業」から「訪問によらない営業」に業務モデルを転換

⇒計画以上のコスト削減・収入増を実現

2020年度⇒2022年度で営業経費155億円減、営業経費率9.3%（初の10%割れ）

2021年度決算で受信料収入は計画額より87億増収

## ・二つの大きな公約を達成できる見通しが立った

- ・還元の原資として700億円程度を確保、2023年度に値下げ
- ・2023年度中に、衛星波を1波削減

**経営計画の公約を具体化した形に修正し、改革の完遂を示したい**

\*公約の具体方針は、定まり次第明らかにすると現経営計画に記載

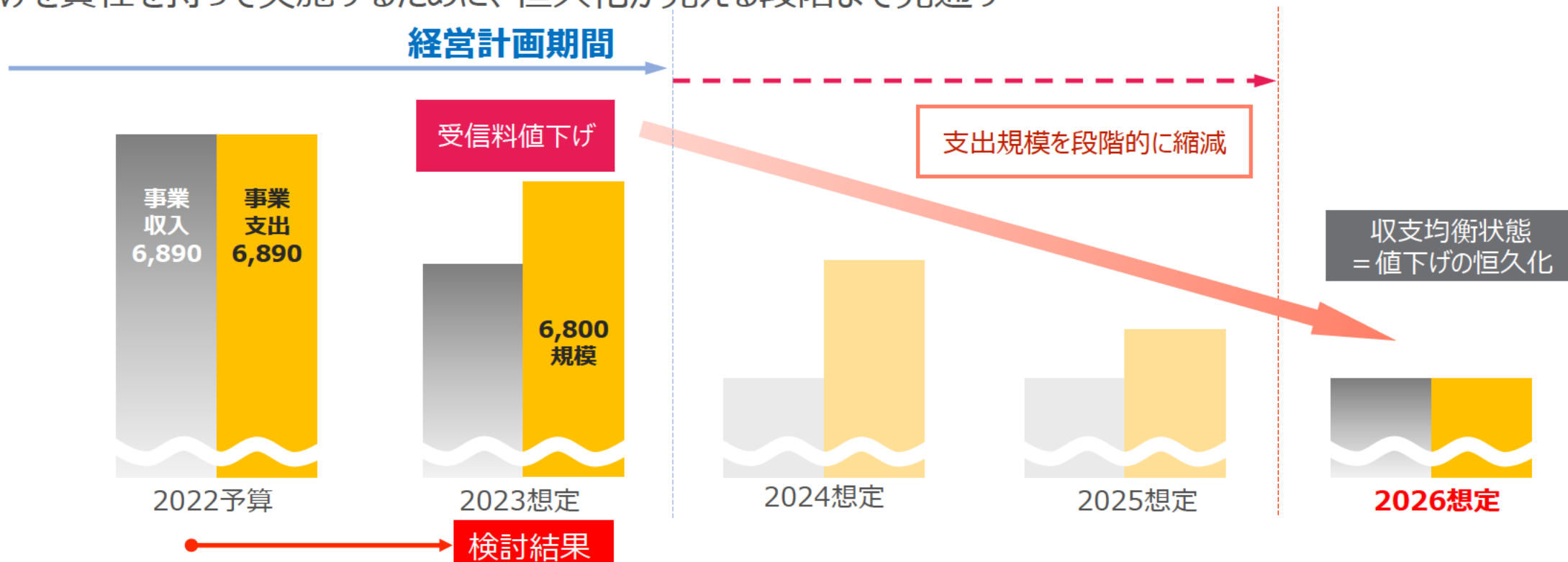
## ・2023年度の受信料値下げをどのように担保するか

現時点での国会答弁等での“公約”：

衛星受信料の1割程度の値下げ／値下げは“一時的”なものではなく、“恒久的”なものに

⇒還元原資700億を原資に、複数年度かけて更なる構造改革を実施して事業支出を落とし、値下げを恒久化

⇒値下げを責任を持って実施するために、恒久化が見える段階まで見通す



## ・総務省「デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会」公共放送WGの設置決まる

⇒ネット業務の位置づけ、財源の在り方まで視野に（2022年9月～2023年6月予定）

“三位一体改革”への回答

・

現経営計画で実現した改革

長らく指摘されてきた三つの論点について、明確に回答

## ■ 修正期間も、スリムで強靱な「新しいNHK」への改革は貫徹

### □ 業務の在り方

- “スリムで強靱”の徹底により支出さらに削減（550億 + a）、設備整備の抑制による資産圧縮
- 衛星放送の一波削減の実現（2024年3月想定）

### □ 受信料の在り方

- 還元原資700億円の積立による、受信料値下げの実現（2023年10月想定）
- “訪問によらない”営業活動へ転換、営業経費さらに削減（155億 + a）・クレーム大幅減

### □ 経営の在り方（ガバナンス）

- 中間持株会社設置を待たずに、子会社ガバナンスの強化・業務効率化の断行  
（関連団体数は最終的に22に（過去65社）、業務委託費を10%削減）

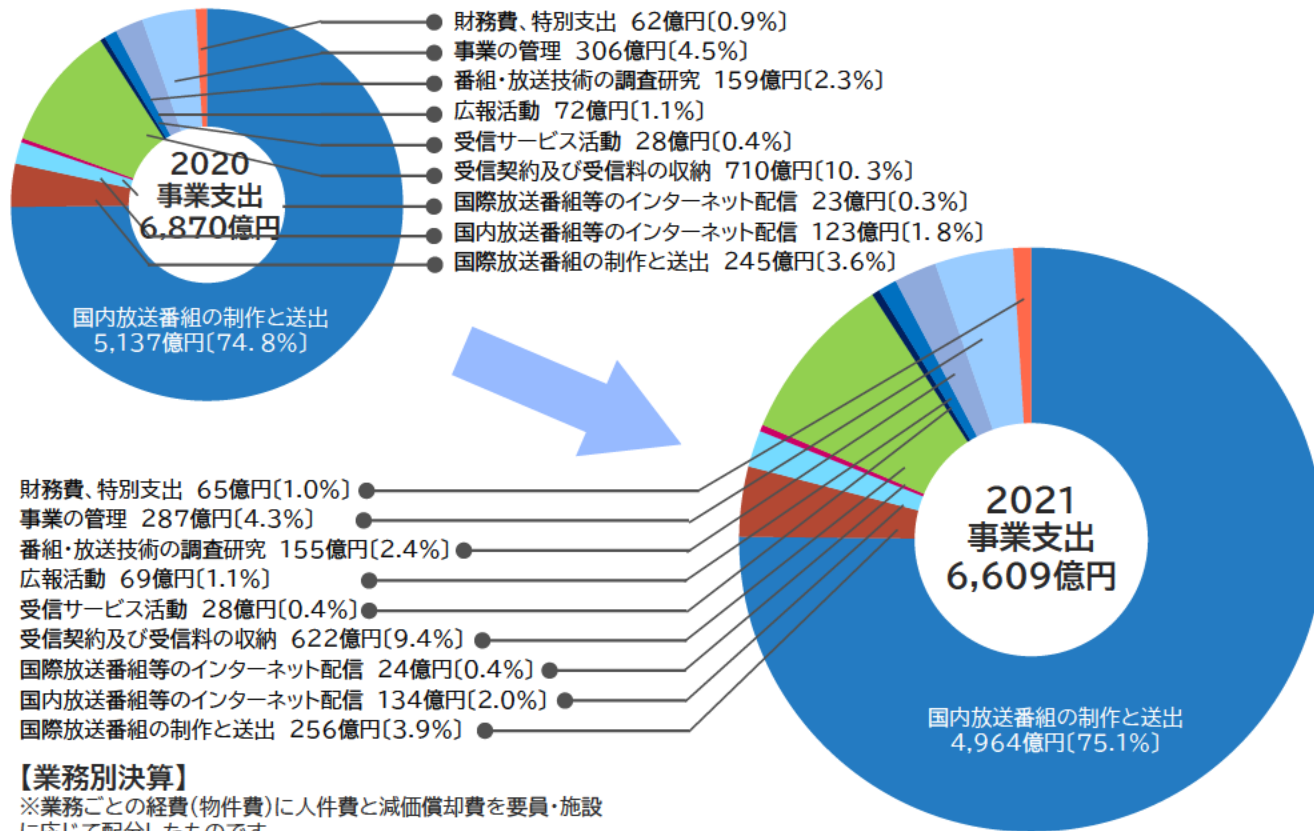


（放送を巡る諸課題に関する検討会「第一次取りまとめ（平成28年9月9日）」より）

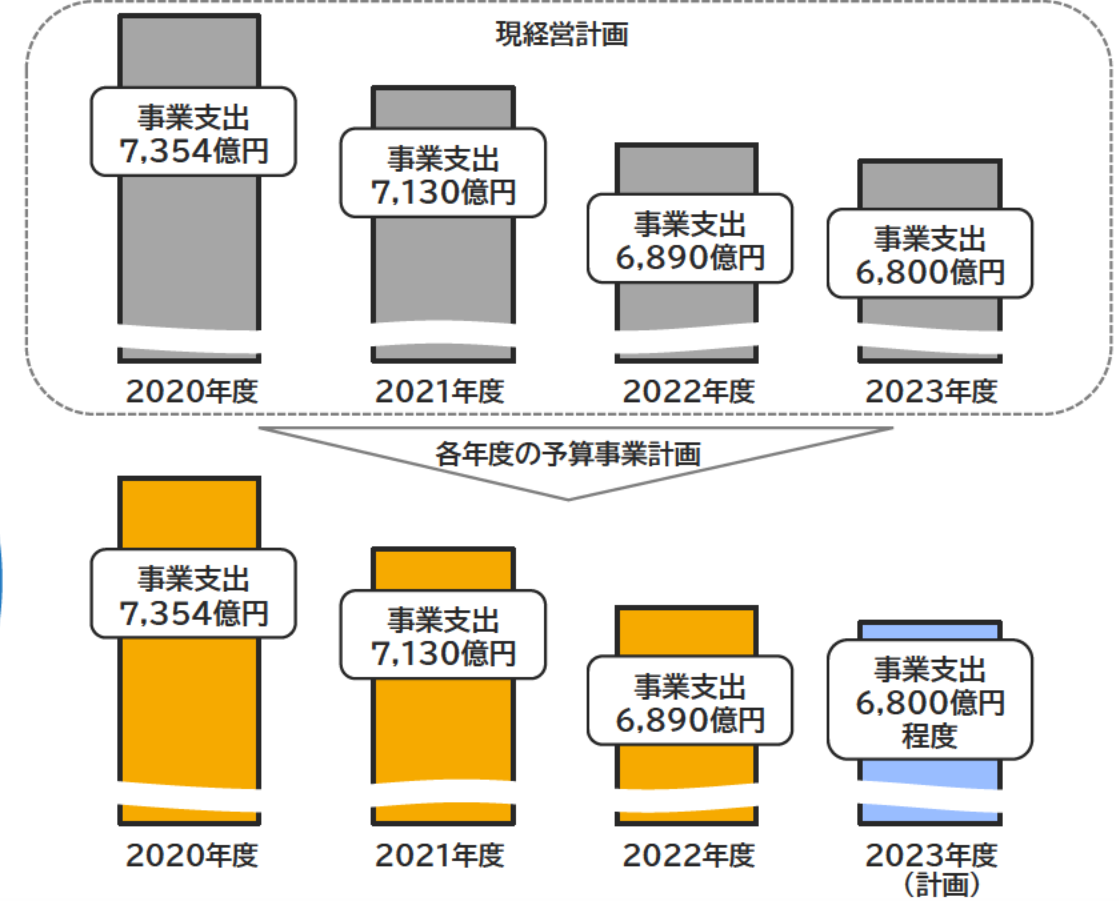
700億円規模の経費削減を行うための主な構造改革＝スリムで強靱な「新しいNHK」への変革

- (コロナ禍の支出抑制の中であっても) 経営資源のコンテンツの取材・制作への集中を達成 (約1ポイント改善)
- スリムで強靱な「新しいNHK」への変革は計画どおり進捗

## ■ 2020年度決算⇒2021年度決算構造変化(“スリムで強靱”へ)



## ■ 予算事業計画は経営計画と同規模で進行中



700億円規模の経費削減を行うための主な構造改革＝スリムで強靱な「新しいNHK」への変革

## □ 「受信料の価値を最大化」するためのマネジメント改革

### ■ スリムで強靱な組織へ転換

減収局面でも、視聴者・国民の求める多様で質の高いコンテンツ・サービスを実現するため、コンテンツ部門・視聴者部門・地域放送局を戦略機能と戦術機能に再編し、データ分析に基づく戦略的なマネジメントにより、コンテンツ・サービスの提供価値向上を目指した。2021年度は4月に大阪局、11月に東北ブロックの3放送局で組織改正を先行して実施し検証を行い、2022年度は4月に本部のコンテンツ制作部門、視聴者対応部門と、近畿、東海・北陸、東北ブロックの24放送局で、7月に首都圏局と関東甲信越、中国、四国ブロックの18放送局で組織改正を実施し、機能的な組織に再編した。既存業務を抜本的に見直し、コンテンツに投資をシフトするとともに、フラット化を進めて権限と責任を降ろし、現場が自律的に判断を行う、スリムで強靱な組織へ転換を進める。

### ■ 高品質コンテンツを合理的コストで提供する試み

コロナ禍で制作手法が制限される中、番組の質を維持しながら効率的に制作する取り組みにチャレンジした。大河ドラマ「青天を衝け」では、海外ロケが行えない中で、日本とパリで別々に撮影した映像をデジタル技術で違和感なく合成した。また「鎌倉殿の13人」では、巨大なLEDパネルに3DのCG映像を表示、カメラの動きと背景映像を連動させて撮影する試みを行った。天候や日没の影響を受けずに撮影することができ、撮影期間やコストの削減につながるチャレンジとなった。



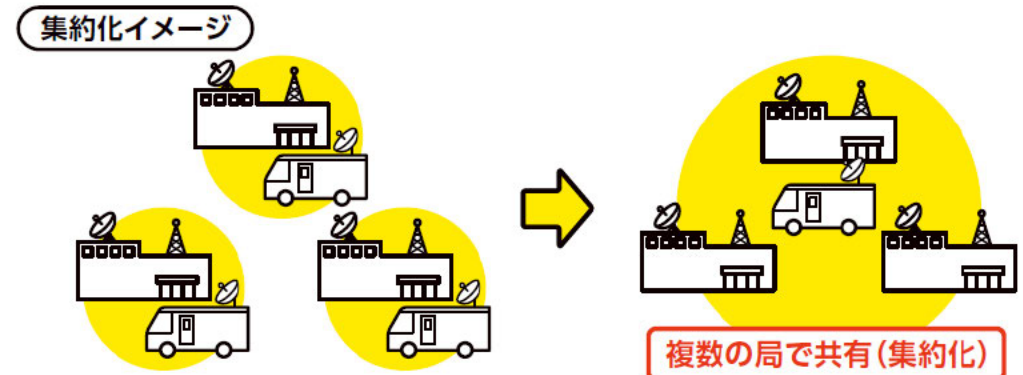
【大河ドラマ「鎌倉殿の13人」 3D CGを活用した撮影の様子】

### ■ 保有設備の削減、設備投資規模の抑制

NHKの保有設備については、必要な機能を絞り込んだり、更新内容を見直したことで2021年度決算での固定資産の総額を削減した。

億円	2020年度末	2021年度末	増減
有形固定資産	4,642	4,410	△232

設備のシンプル化、集約化、クラウド化を推進して、保有する設備の削減を進め、設備投資規模の抑制に取り組んでいきます。





## 700億円規模の経費削減を行うための主な構造改革＝スリムで強靱な「新しいNHK」への変革

### □ 「受信料の価値を最大化」するためのマネジメント改革

#### ■ 「訪問によらない営業」への転換と営業経費の削減

これまでの「巡回訪問営業」から、「訪問によらない営業」へ、業務モデルの転換を図り、営業経費を削減を図った。

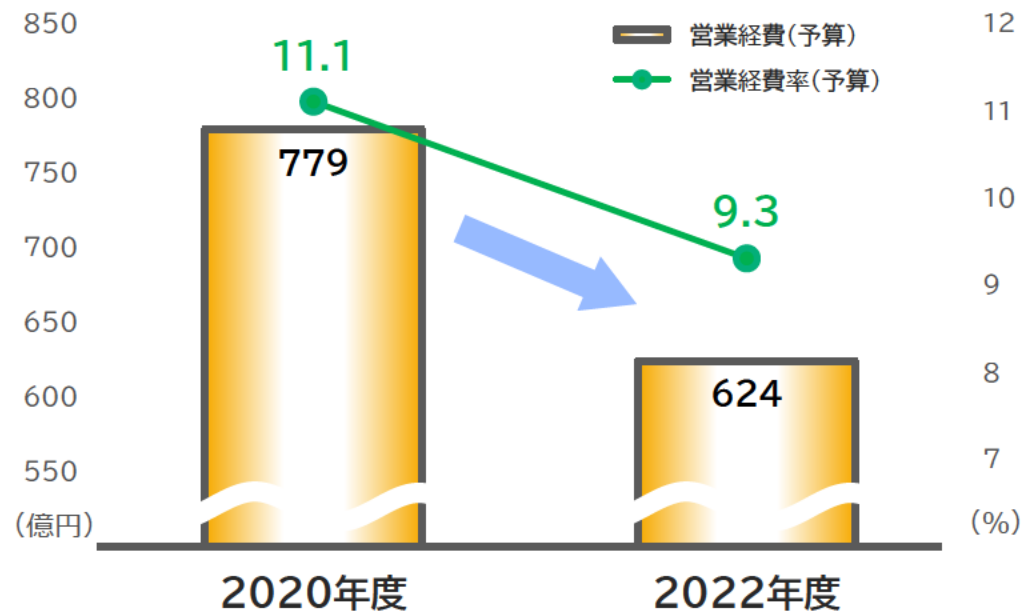
視聴者のみなさまとのさまざまな接点を活用して、公共放送の役割や受信料制度の意義を丁寧に説明するとともに公平負担の徹底に取り組んでいる。



#### 「営業経費の構造改革」

ポストコロナ時代を見据え、訪問によらない効率的な営業活動へ移行するため、外部委託法人などへの委託費の見直し、訪問要員の削減などを進める。これらの取り組みにより、営業経費率は10%を下回ることを目指す。⇒すでに削減規模 155億円⇒2023年度にもさらに削減の見通し

#### ● 営業経費と営業経費率



営業経費 △155億円 (624億円)  
営業経費率 △1.8ポイント (9.3%)

700億円規模の経費削減を行うための主な構造改革＝スリムで強靱な「新しいNHK」への変革

## □ 中間持株会社の設立を待たずに、グループの構造改革を断行

### ■ グループ構造改革

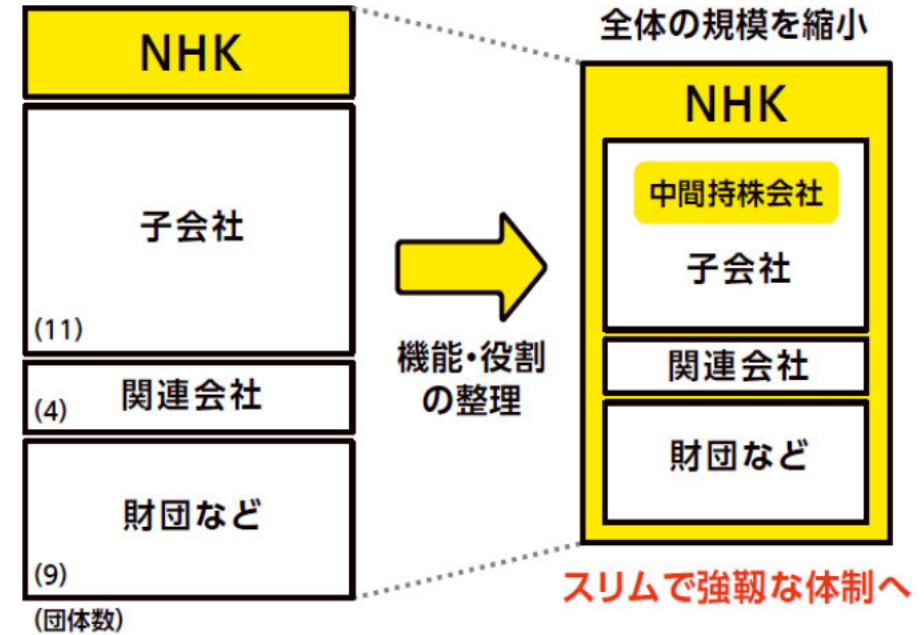
- ◆ガバナンス強化にむけ子会社の社長や役員に職員を出向
  - ・子会社11社中、社長9人、役員4人
- ◆子会社の役員数削減
  - ・2020～2022年度に30人（147→117人：2020年度比25%）の削減
- ◆関連団体従業員数の削減
  - ・2020～2022年度に118人（6,606→6,488人）の削減
- ◆財団法人の統合
  - ・NHK関連の財団法人4団体が合併、N響を子法人化する基本合意書に1月調印
  - ・2023年4月に4財団合併を実行 NHK関連の財団法人数は6→3に半減
  - ・役員数も大幅に削減
- ◆2020年度計画から関連団体への業務委託費を10%削減

### 【関連団体数の推移】

年度	平成10	11	12	13	14	15-16	17-19	20	21	22-24	25-30	令和元	2-3	4	5
団体数	65	61	54	45	39	36	34	32	29	27	26	25	24	(25)	(22)

### 【NHKグループの要員数】

年度	2019年度末	2020年度末	2021年度末
グループ要員数	16,771	16,794	16,663
関連団体	6,606	6,619	6,488
本体	10,165	10,175	10,175



修正経営計画で踏まえるべき  
加速する外部環境変化

・この2年間の環境変化は“加速”と捉えられ、現計画と方向性は同一ではないか

## 現計画で想定した環境変化

人口・世帯数の減少

メディア環境、  
視聴者行動の変化

不確かで曖昧な  
情報の拡散

新型コロナ等による  
社会・経済状況の変化

## 現時点での外部環境

新型コロナウィルス感染症長期化  
ウクライナ情勢  
異常気象頻発

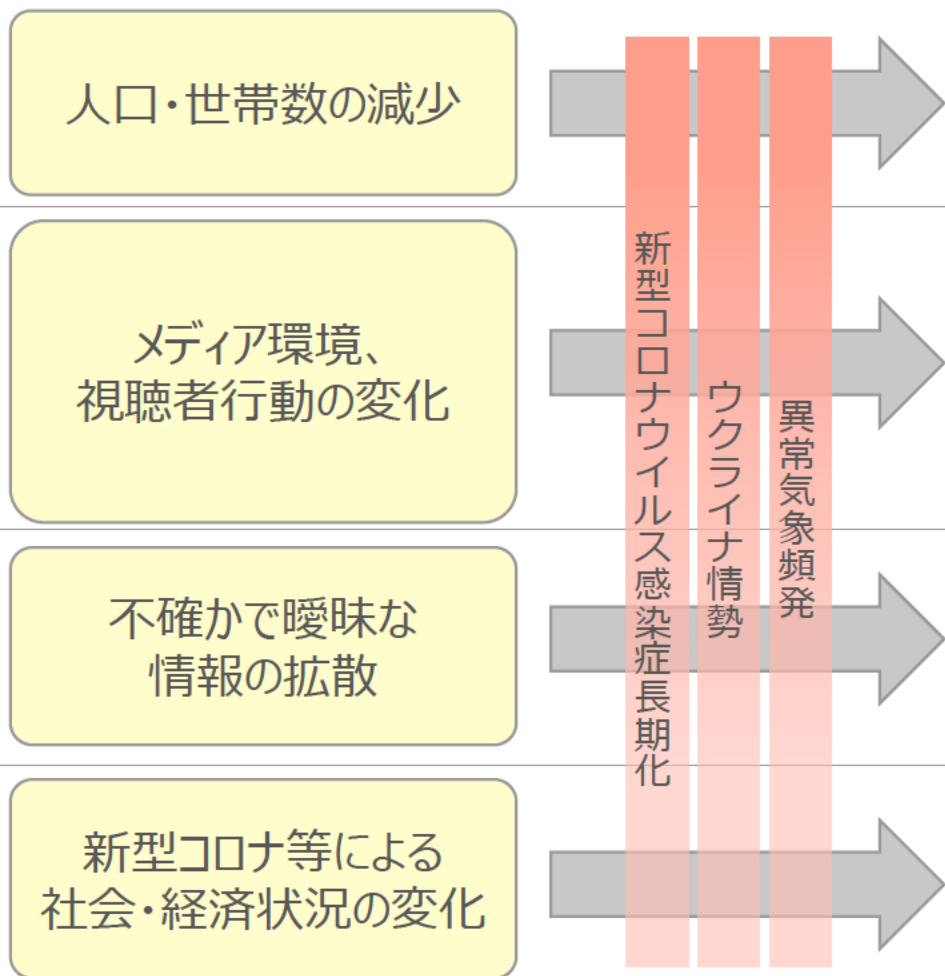
いずれの要素も  
“加速”



## 新たに発生/深刻化した課題

- ・ 過疎地域において、「放送ネットワークインフラ維持」の危機が一大テーマ化
- ・ 海外事業者伸長、コンテンツ競争の激化により、日本のコンテンツが選択されないリスク
- ・ 教育コンテンツへのニーズ拡大
- ・ フェイクニュースの影響力/危険性が増し、経済安全保障観点でも対策必須
- ・ 社会・経済の不安定化が加速し、危機管理/持続可能性担保のための対策重要性向上

## 現計画で想定した環境変化



## 環境変化の加速と新たに発生/深刻化した課題・NHKへの要請

- 人口減少が加速して過疎地域では費用対効果の観点で放送ネットワークの維持が困難になりつつあるが、当地域にとって放送は重要な情報取得手段である
- これらの状況を鑑み、直近「放送ネットワークインフラの維持」が制度改革を伴う一大テーマ化しており、公共放送であるNHKの貢献が求められている
- 新型コロナウイルス感染症による行動変化も相まって、ネット利用時間が急激に増加した
- グローバル動画配信サービスが急激に伸長し、海外事業者はコンテンツ制作費を急増させてクオリティを追求している一方で、日本では放送番組制作費減少が継続している
- 視聴者は海外/国内やネット/放送の垣根無くコンテンツを比較して視聴する意識に変化している中で、このままでは日本のコンテンツが視聴者から選ばれなくなるリスクが存在している
- 加えて、新型コロナウイルス感染症による教育機関閉鎖なども相まって、ネットも含む多様な学習の方法が浸透し、安全・安心で高品質な教育コンテンツの提供がより重要になってきている
- 世界情勢不安定化により、フェイクニュースは近年その影響力/危険性を増しており、国政にまで影響を及ぼす事案も発生している
- その状況下においても、NHKは視聴者から信頼度高いチャンネルと認識されており、経済安全保障観点でもNHKが信頼できる情報を発信し続ける事の重要性が増している
- 新型コロナウイルス感染症の長期化や戦争・異常気象など、世界情勢の不安定化が加速する中で、危機管理体制の強化が各企業での重要アジェンダになっている
- 同時に、世界的なSDGs意識の高まりや、政治的な課題による急速な電力逼迫リスクが発生している事を踏まえ、持続可能性を意識した対策/投資の重要性が増している

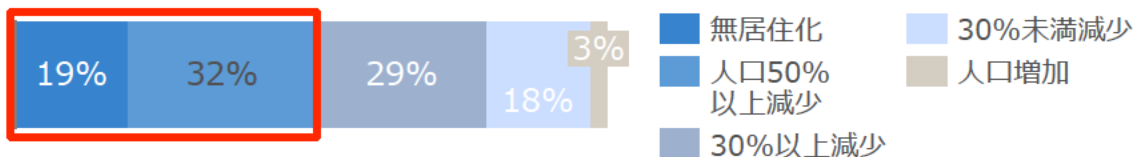
# 人口・世帯数の減少

## 過疎地域において、「放送ネットワークインフラ維持」の危機が一大テーマ化

- 人口減少が加速して、過疎地域では費用対効果の観点で放送ネットワークの維持が困難になりつつある
- これらの状況を鑑み、直近「放送ネットワークインフラの維持」が制度改正を伴う一大テーマ化している

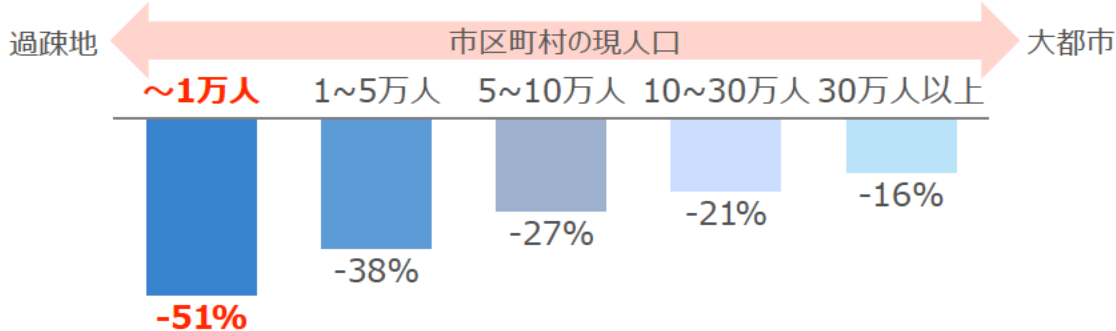
全国居住地域の約半数で人口が半減と、人口減少が進行している

### 2050年における人口増減状況別地点数 (1kmメッシュ)



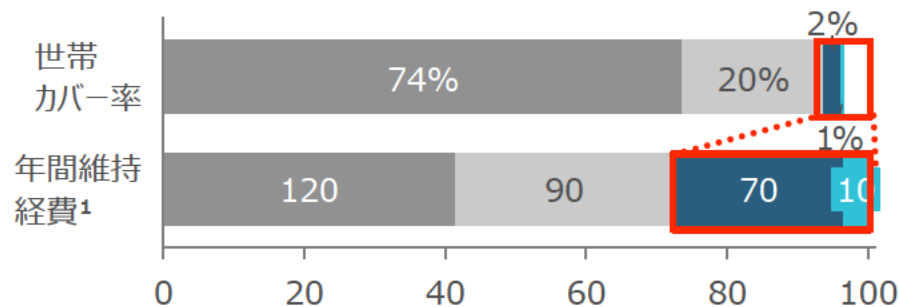
人口規模の少ない過疎地において、さらに人口減少が加速している

### 市町村人口規模別2050年までの人口減少率

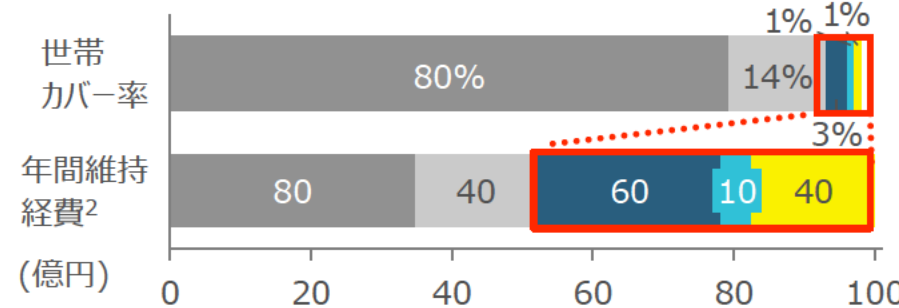


過疎地域における放送設備は世帯カバー数に対して年間維持費の負担が大きく、今後放送ネットワークインフラの維持が困難になる

### 民放における地デジ送信維持費 (億円)



### NHKにおける地デジ送信維持費 (億円)



デジタル時代における放送の将来像と制度の在り方に関する取りまとめ  
2022年(令和4年)10月5日公表

出典：国土交通省「国土の長期展望」(21年6月発表)、総務省「デジタル時代における放送の将来像と制度の在り方に関する取りまとめ」(22年8月公表)  
1：民放地上テレビ127社合計 2：今後10年間に想定される設備の行使・維持に係る年間あたりの経費

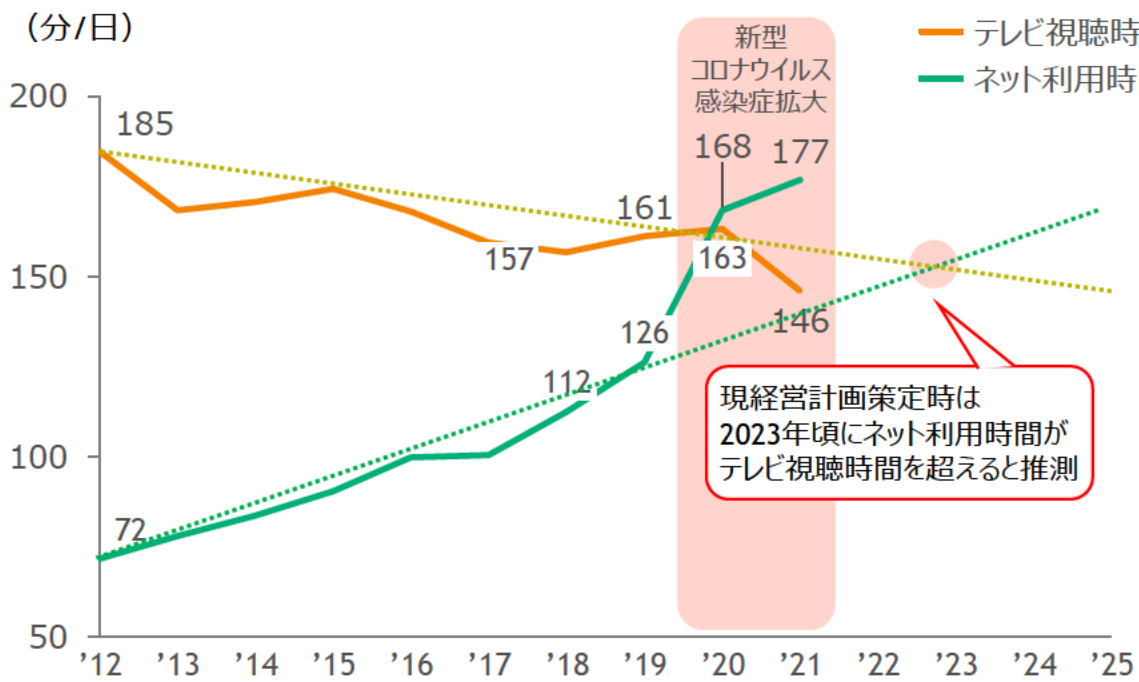
# メディア環境、視聴者行動の変化①

海外事業者伸長、コンテンツ競争の激化により、日本のコンテンツが選択されないリスク

- 新型コロナウイルス感染症の影響により、ネット利用時間がテレビ視聴時間を想定よりも早く逆転した
- 同時に、動画配信サービスが急速に伸長してコンテンツをネットで見ると習慣が増加したと想定される

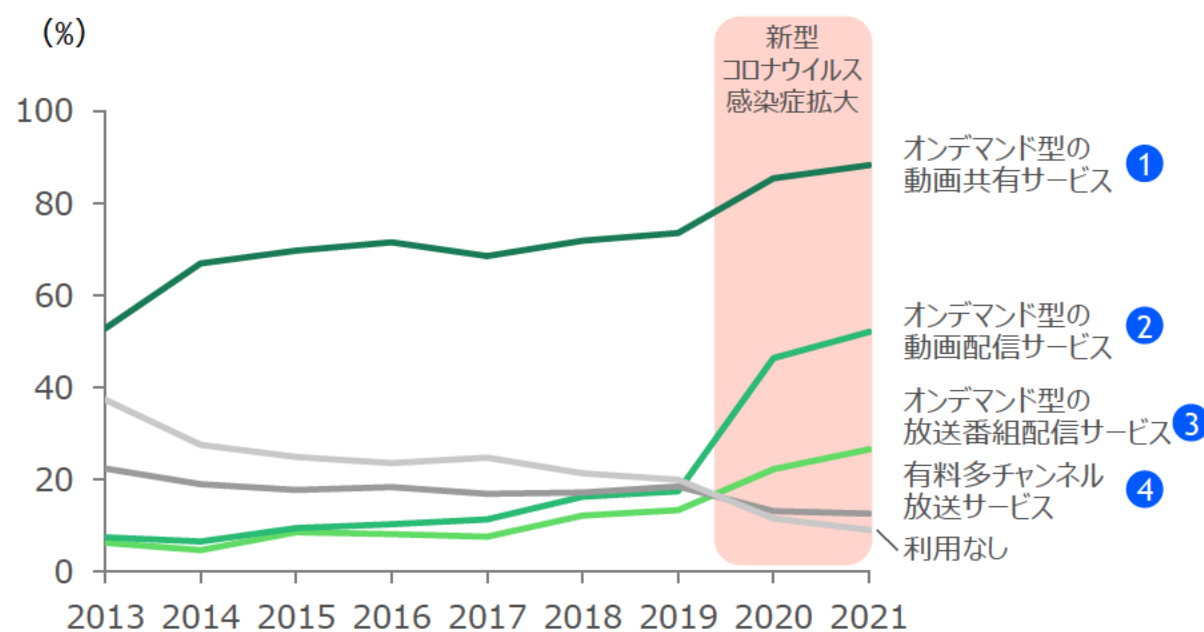
新型コロナウイルス感染症の影響により、  
2020年にネット利用時間がテレビ視聴時間を逆転した

テレビ視聴時間とネット利用時間の比較 (N=1,500)



“巣ごもり”影響もあり、  
動画配信サービスの利用率が急速に伸長している

動画共有・配信サービスの利用率 (全年代、N=1,500)



- ① : YouTube、ニコニコ動画など
- ② : NHKオンデマンド、TVerなど(NHK、キー局提供)
- ③ : GYAO!、Hulu、Netflixなど
- ④ : WOWWOW、スカパー、ケーブルテレビなど

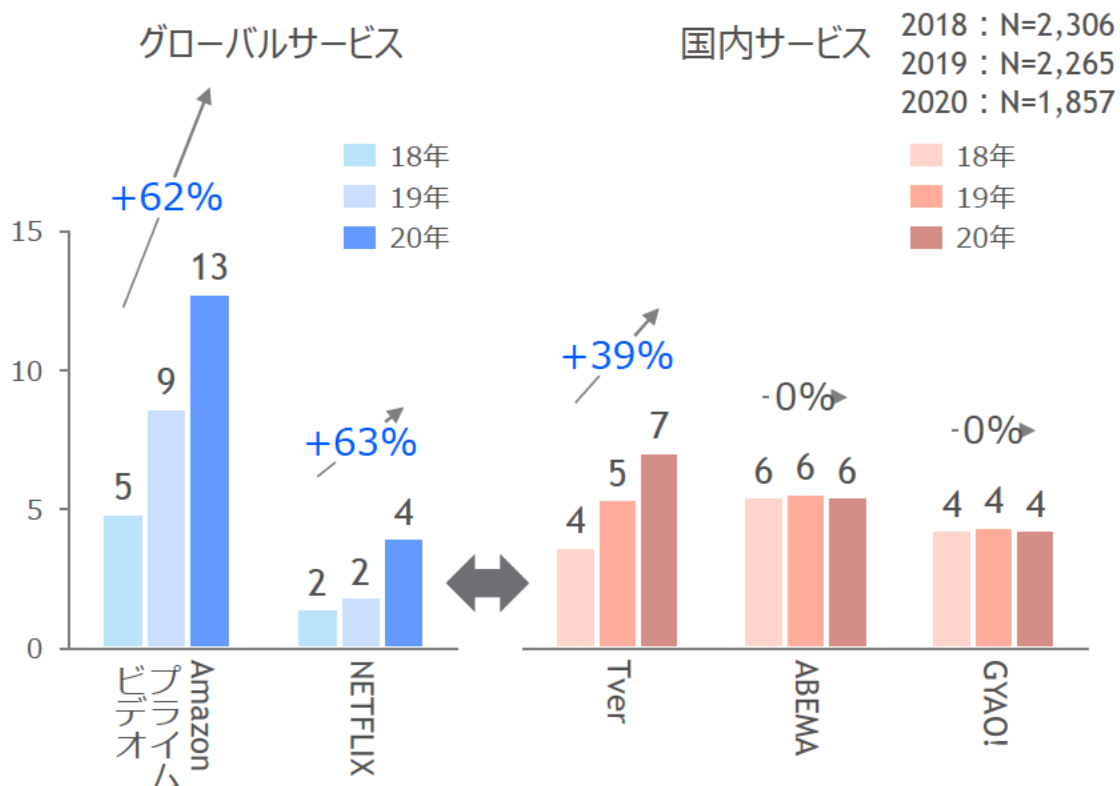
# メディア環境、視聴者行動の変化②

海外事業者伸長、コンテンツ競争の激化により、日本のコンテンツが選択されないリスク

- 動画配信サービスの中でも特にグローバルインターネット動画サービスの利用率が伸長し、市場の約4割を海外事業者が占める
- 視聴者は、海外/国内や放送/ネットの垣根を意識せず動画視聴するようになっている

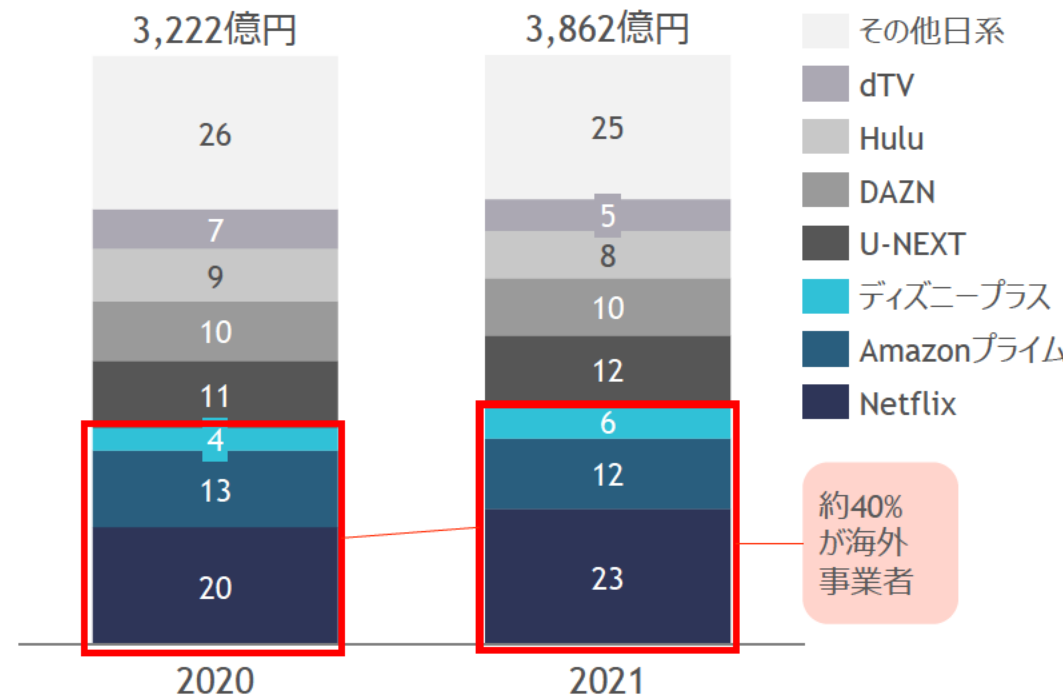
特にグローバルインターネット動画配信サービスの利用が急激に伸長した

普段利用しているインターネット動画サービス (全年代・複数回答、%)



結果、日本のSVODサービス市場の約4割は海外事業者が占めている

日本のSVODサービス別市場シェア (%)





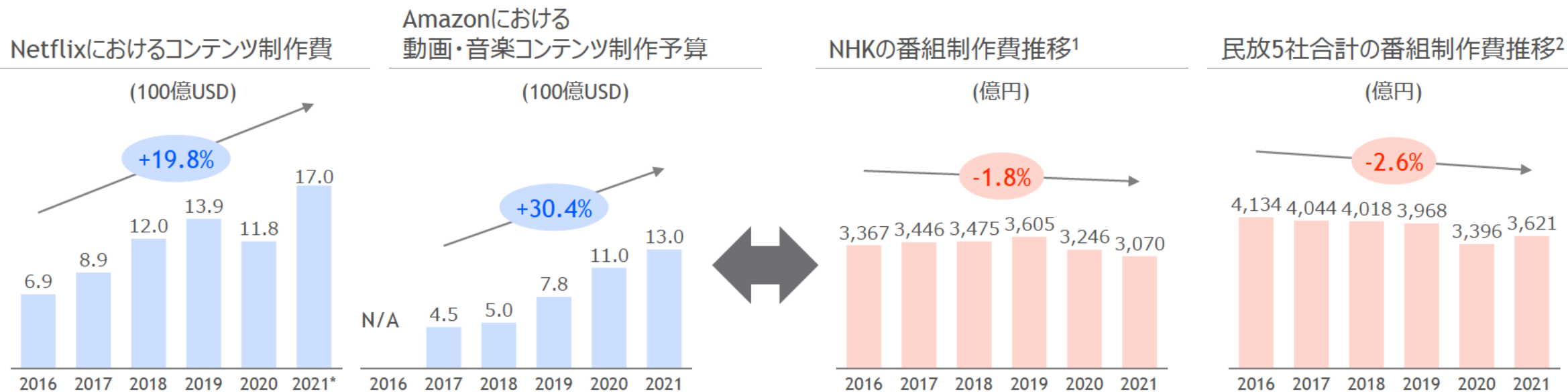
# メディア環境、視聴者行動の変化③

海外事業者伸長、コンテンツ競争の激化により、日本のコンテンツが選択されないリスク

- 海外事業者はオリジナルコンテンツへの投資を拡大する一方で、日本の放送業界は制作費は減少傾向である
- 視聴者が、海外/国内や放送/ネットの垣根を意識せずコンテンツ選択することを加味すると、日本のコンテンツが選ばれなくなるリスクが高まっている

海外事業者コンテンツ制作費推移

日本事業者コンテンツ制作費



視聴者は、海外/国内やネット/放送の垣根を意識せず、“面白いコンテンツ”を探して視聴するようになっている

出典：Variety、NHK決算概要資料、民放各社決算説明資料 \*：Netflixの2021金額は推計

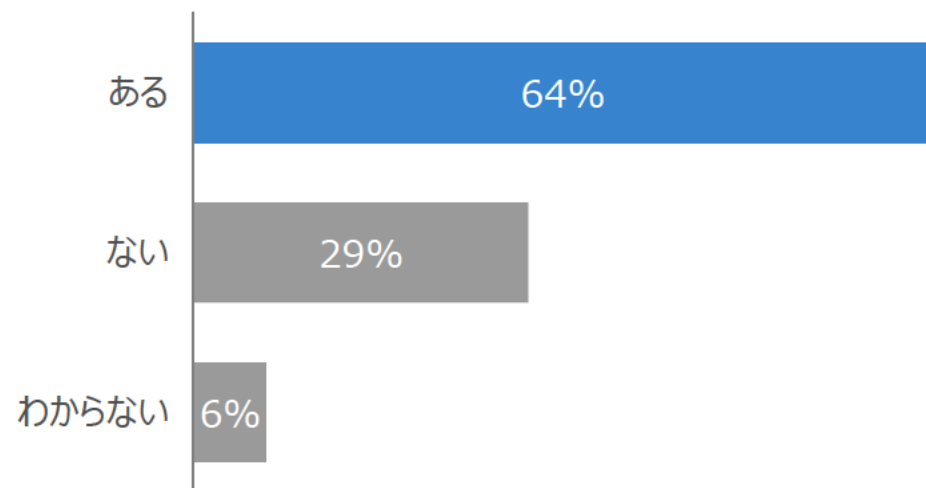
1：NHK「決算概要資料」のジャンル別番組制作費の合計額、2：日本テレビHD「決算説明資料」の番組制作費・テレビ朝日HD「決算説明資料」の番組制作費(地上波のみ)、TBSHD「決算資料」のテレビ番組原価(制作費)(総経費)、フジテレビHD「決算説明資料」番組制作費(制作及び購入番組の直接費)、テレビ東京HD「決算補足資料」番組制作費(地上波のみ)より合計して作成

## 教育コンテンツへのニーズ拡大

- 家庭学習において多様な学習方法が浸透する一方で、学習コンテンツの量/質に関して保護者からは懸念の声も上がる

家庭学習で約6割の子供がデジタル端末を使ったことがある

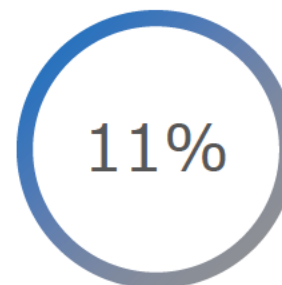
Q. お子さんはパソコン・タブレット・スマートフォンなどのデジタル端末を家庭学習につかったことはありますか？ (N=500、小中学生の親)



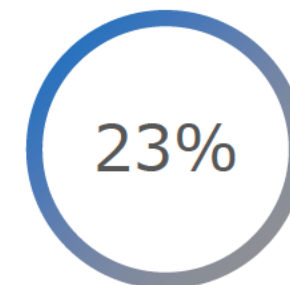
一方で、子供の学習コンテンツについて保護者からは懸念の声も上がる

GIGAスクール構想に関して、  
学習者(児童生徒)について感じる課題 (N=42,333、教職員・保護者)

家庭での学習に利用できる  
コンテンツが無い



タブレットを学習以外の用途  
に利用してしまう



"児童生徒が「ほかのコンテンツ」に目を向けずにすむような、楽しくて能力開発につながるような**熱中できるコンテンツの開発が必要**"  
"家庭学習に使える**コンテンツが無い**ため、タブレット化が進んでいないきがするし、家での活用方法がありません"  
"学校や先生のスキルの違いから生じる教育格差を補填するような**質の高いデジタル学習コンテンツ**の拡充、共有をお願いしたい"

# 不確かで曖昧な情報の拡散①

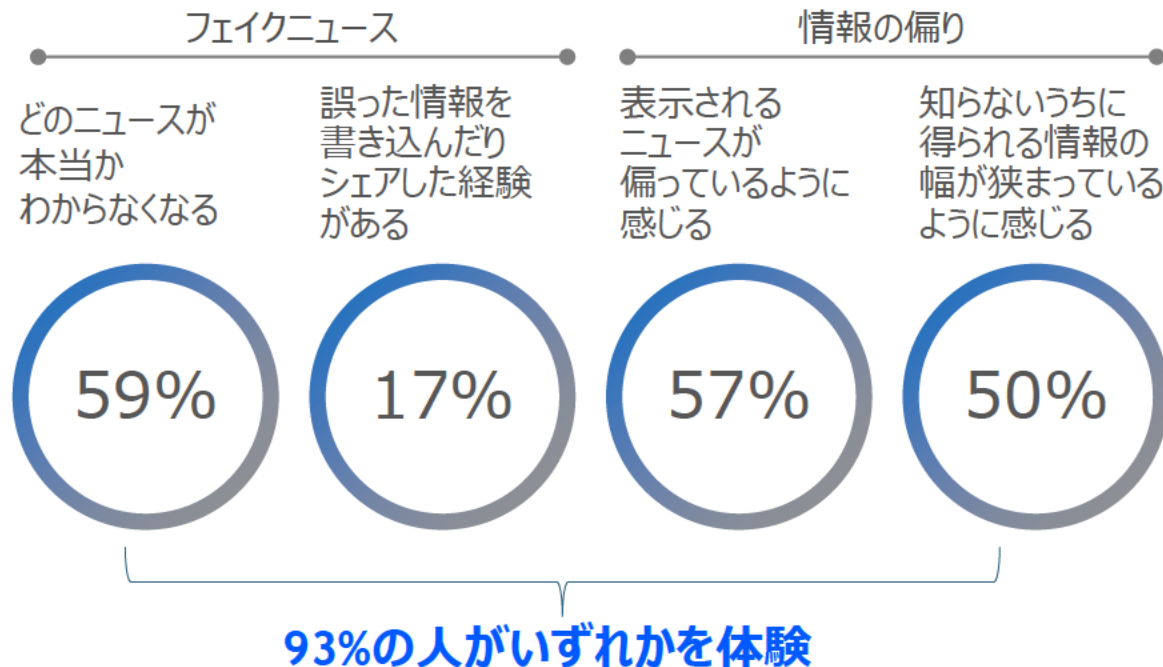
フェイクニュースの影響力/危険性が増し、経済安全保障観点でも対策必須

フェイクニュースは近年その影響力/危険性を増しており、社会の分断を煽り国政にまで影響を及ぼす恐れがある

9割以上の人々がフェイクニュースの閲覧や情報の偏りを体験している

普段のメディア利用状況における体験 (主にネットを利用する人 N=1,346)

あてはまるもしくはやや当てはまると回答した人の割合



欧米を中心にフェイクニュースは世論や国政に影響を与え、日本でも社会に深刻な影響をおよぼす事例がある

フェイクニュースによる影響例

国	時期	概要
欧米	アメリカ	2016年 大統領選挙で共和党陣営を支持する勢力から偽情報が発信・拡散され、大統領選挙の結果に影響
	イギリス	2016年 EUからの離脱を問う国民投票に対し、偽情報が拡散し世論を誘導
	フランス	2017年 大統領選挙時に候補者の偽情報が出回り、社会問題化
場面	時期	概要
日本	災害時	2016年 熊本地震の直後に「動物園からライオンが放たれた」という偽情報がSNSで拡散
	選挙	2016年 沖縄県知事選の際に、立候補者を批判する真偽・出所不明の情報や動画が掲載された偽サイトが登場
	ネット情報	2018年 ある情報サイトにおいて、専門家監修がされていない信頼性の低い医療関連情報が公開

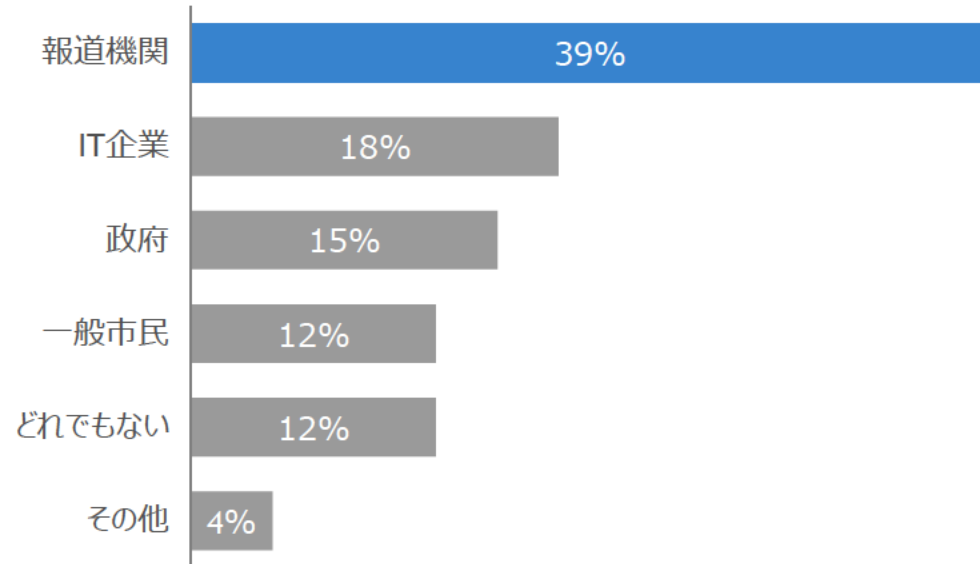
フェイクニュースの影響力/危険性が増し、経済安全保障観点でも対策必須

- フェイクニュースの危険性に報道機関が対応すべきという声は多く、単なる情報の削除だけではない適切な対応が求められている

アメリカの調査では国民の4割が報道機関にフェイクニュースを取り締まる責任があると回答している

一方で、科学分野などの場合は単なる情報の削除だけではない適切な対応が求められている

Q. フェイクニュースを取り締まる責任は誰が負うべきか (N=1,259)



“ フェイクニュースに対して、しばしばコンテンツの削除やアカウントの禁止を求める声が上がっているが、このアプローチは、違法なコンテンツ（例：ヘイトスピーチ、テロコンテンツ、児童虐待等）には効果的かつ不可欠かもしれないが、科学的誤報に対するこのアプローチの有効性を裏付ける証拠はほとんど無い

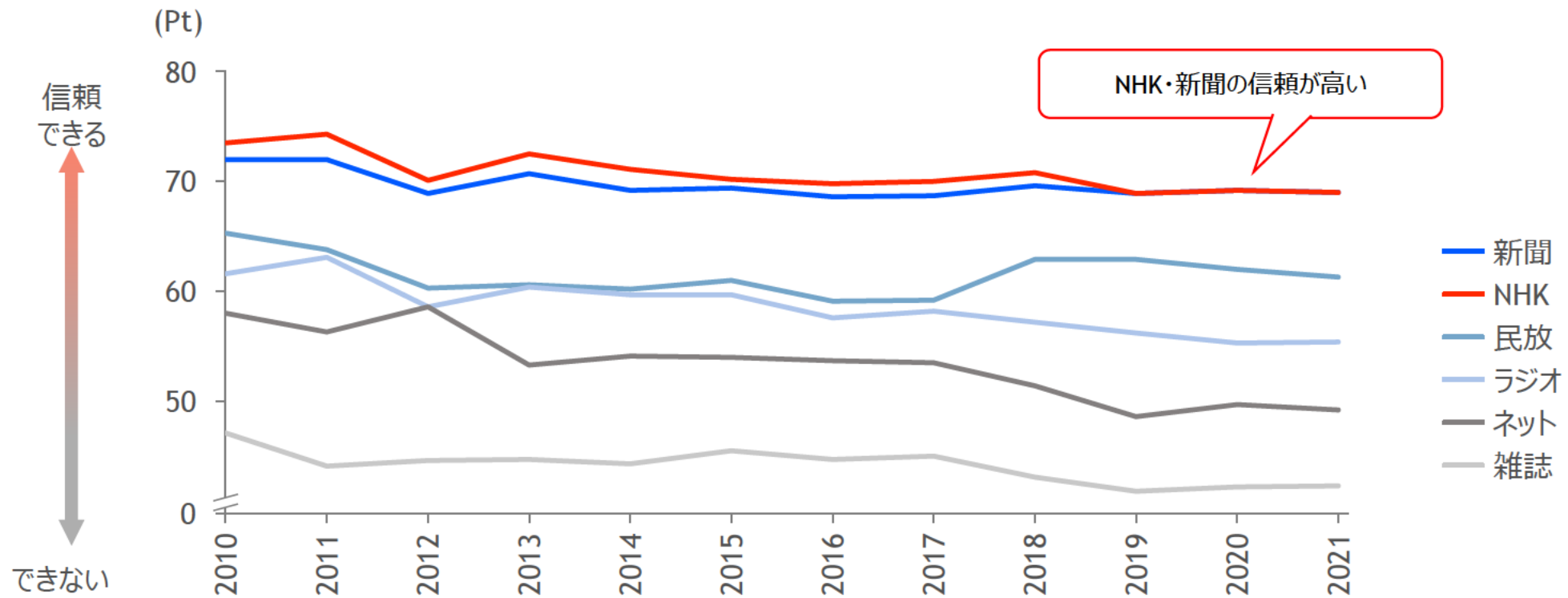
間違った情報を削除すると、それらがオフラインでどのような害を実際に及ぼしているか示すことが難しくなり、人々の誤解を解くことがより難しくなる可能性がある

# 不確かで曖昧な情報の拡散③

フェイクニュースの影響力/危険性が増し、経済安全保障観点でも対策必須

- フェイクニュースによる社会問題が顕在化する状況下において、従来メディア、特にNHKは信頼度の高いチャネルとして認識されており、対策への期待は大きい

各メディアの情報信頼度 (N = 3,047)



出典：公益財団法人 新聞通調査会「第14回メディアに関する全国世論調査(2021年)」

# 新型コロナ等による社会・経済状況の変化①

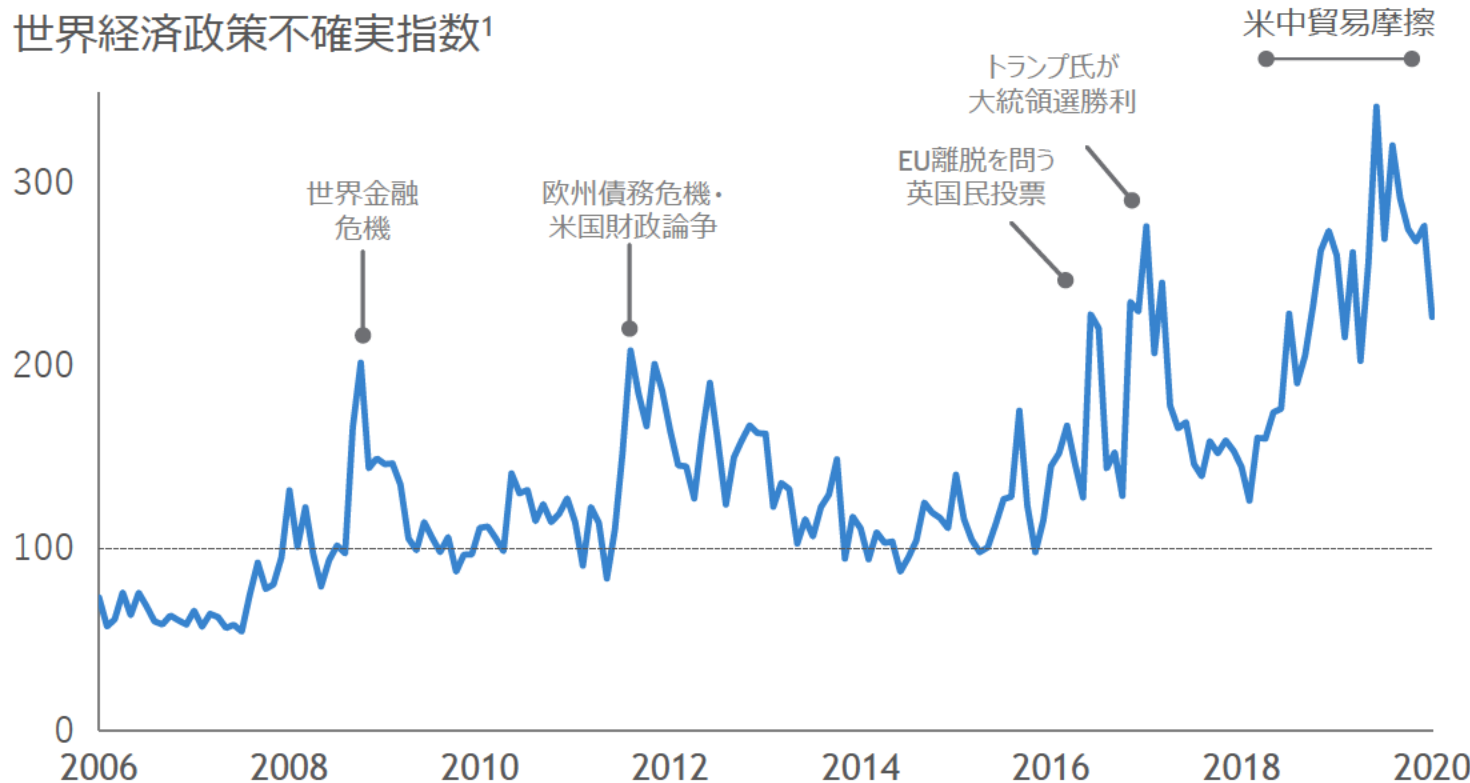
社会・経済の不安定化が加速し、危機管理/持続可能性担保のための対策重要性向上

- 社会・経済の不安定化が増しており、今後起こりうる脅威に対し対策が必要になっている

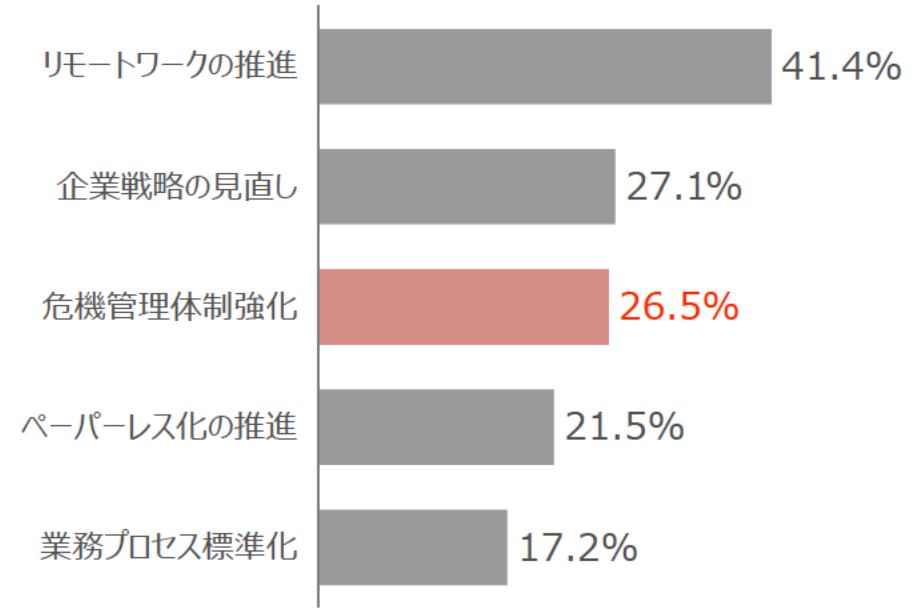
社会・経済の不安定化が増している

新型コロナウイルス感染症の拡大も、  
危機管理強化を加速させている

世界経済政策不確実指数<sup>1</sup>



コロナ禍において優先して着手が必要と思われる対策(N= 377社)



1: 政策の影響による経済の先行きの不確実性を示す指標であり、経済政策の不確実性に関する新聞報道の定量化、今後控える税制変更の数、エコノミストによる経済予測の不一致度合いの3要素で構成される  
出典: Haver Analytics; BCG Henderson Institute: Center for Macroeconomics; ポストン コンサルティング グループ分析、デロイトトーマツグループ「企業のリスクマネジメントおよびクライシスマネジメント実態調査」(2021年)

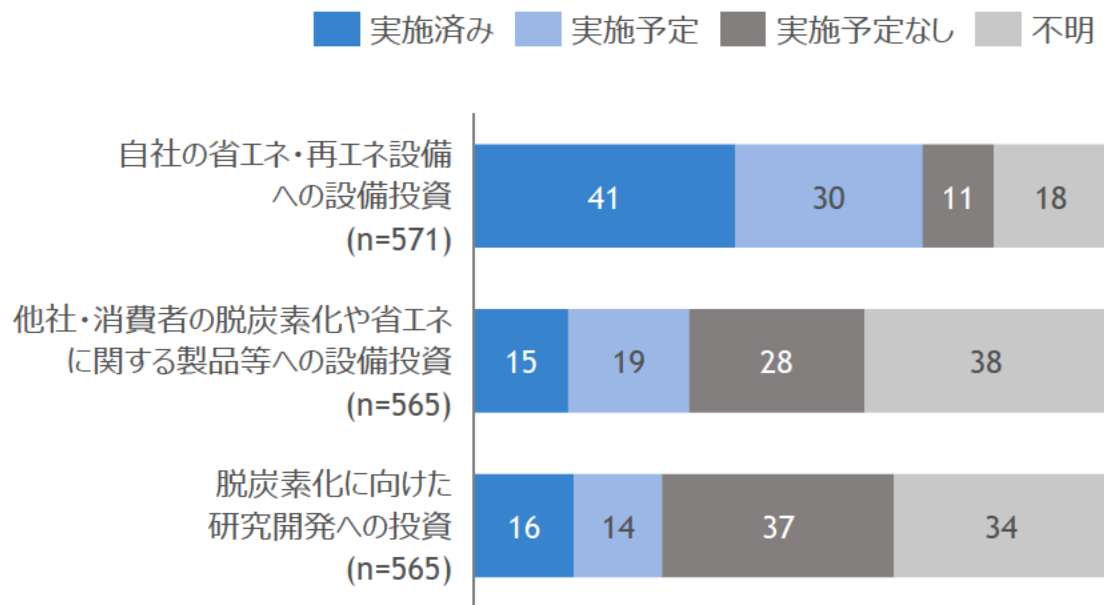
# 新型コロナ等による社会・経済状況の変化②

社会・経済の不安定化が加速し、危機管理/持続可能性担保のための対策重要性向上

- 世界的なSDGs意識の高まりもあり、多くの企業が関連した取り組みに着手している
- 電気料金の高騰によるコスト圧迫も踏まえ、放送業界として持続可能性を意識した対策/投資を行う必要がある

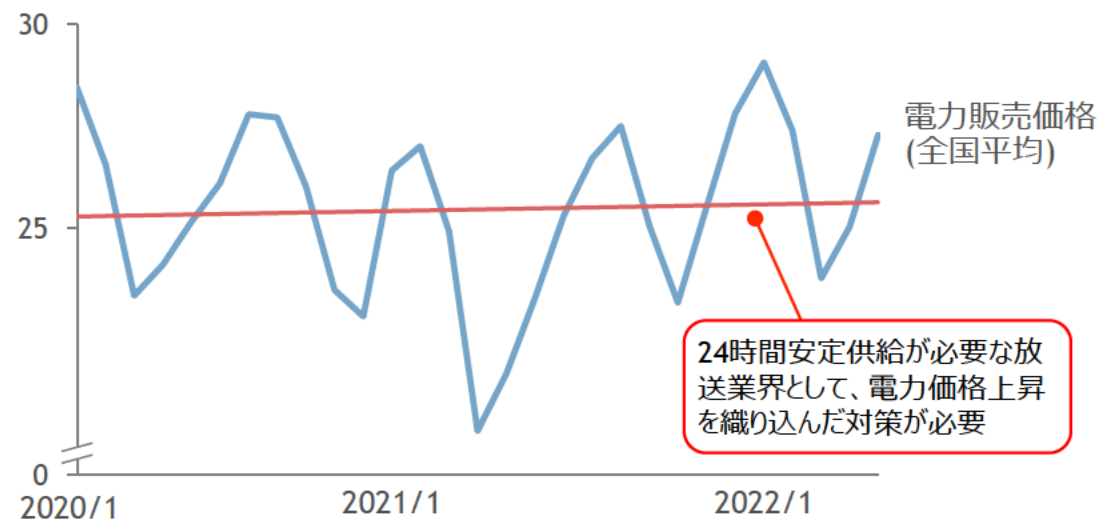
約7割の企業が省エネ・再エネ活用に取り組んでいる

グリーン投資の実施・検討状況 (%)



電力逼迫により販売価格は上昇の一途、24時間365日供給が必要な放送業界として対策が必要である

電力価格の推移 (円/kWh)



出典：内閣府「我が国企業の脱炭素化に向けた取り組み状況」(2022年)一般社団法人エネルギー情報センター「全国の電気料金単価」